

PELAKSANAAN PUTUSAN ARBITRASE ASING SECARA ONLINE DI INDONESIA

HETTY HASSANAH

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum
Universitas Komputer Indonesia

Transaksi bisnis secara elektronik (E-Commerce) di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat dan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perdagangan global. Pada praktiknya sering terjadi permasalahan yang berujung sengketa dalam e-commerce tersebut, tidak hanya antara pelaku usaha di dalam negeri tetapi juga tidak menutup kemungkinan sengketa terjadi dengan pelaku usaha di luar negeri seperti sengketa nama domain, karena sifat e-commerce yang tidak terbatas ruang dan waktu (borderless world). Salah satu upaya penyelesaian sengketa e-commerce saat ini yang menjadi pilihan para pelaku usaha yaitu dengan mempergunakann mekanisme penyelesaian sengketa secara alternatif yang efektif, efisien, disertai biaya murah. Adanya e-commerce telah mengilhami dilakukannya penyelesaian sengketa secara elektronik pula. Salah satu mekanisme penyelesaian sengketa secara alternatif ini antara lain melalui cara arbitrase (online). Saat ini, ada berbagai lembaga arbitrase yang dapat digunakan dalam menyelesaikan sengketa e-commerce tersebut seperti BANI (Badan Arbitrase Nasional Indonesia), NAF, WIPO, SIAC dan sebagainya. Walaupun telah ada ketentuan yang mengatur arbitrase dan pelaksanaan putusan arbitrase di atas, namun ada beberapa hal yang tidak bersesuaian antara peraturan satu dengan peraturan lainnta terkait pelaksanaan arbitrase online di Indonesia.

Keywords : E-Commerce, Arbitrase online, Pelaksanaan putusan Arbitrase Asing

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah menjadi jalan yang memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan manusia, namun juga dapat menimbulkan terjadinya banyak perbuatan melanggar hukum. Teknologi informasi juga telah mengubah perilaku dan pola hidup masyarakat secara global, dan menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*), serta menimbulkan perubahan di berbagai bidang kehidupan. Transaksi bisnis secara elektronik (E-Commerce) di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat dan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perdagangan global. Pada praktiknya sering terjadi permasalahan yang berujung sengketa dalam e-commerce tersebut, tidak hanya antara pelaku usaha di dalam negeri tetapi juga tidak menutup kemungkinan sengketa terjadi dengan pelaku usaha di luar negeri seperti sengketa nama domain.

Penggunaan sarana internet dalam aktivitas bisnis

secara *on-line*, juga dikenal di Indonesia misalnya banyak situs-situs internet sebagai nama domain yang berkedudukan di Indonesia melakukan layanan pembelian secara *on-line* misalnya www.sanur.com, www.tokolg.com, www.florist.com dan sebagainya. Selain melakukan transaksi perdagangan biasa ada juga situs-situs yang memberikan kemudahan melakukan transaksi perbankan misalnya www.klikbca.com.

Salah satu upaya penyelesaian sengketa e-commerce saat ini yang menjadi pilihan para pelaku usaha yaitu dengan mempergunakann mekanisme penyelesaian sengketa secara alternatif yang efektif, efisien, disertai biaya murah. Adanya e-commerce telah mengilhami dilakukannya penyelesaian sengketa secara elektronik pula. Salah satu mekanisme penyelesaian sengketa secara alternatif ini antara lain melalui cara arbitrase (*online*). Saat ini, ada berbagai lembaga arbitrase yang dapat digunakan

dalam menyelesaikan *sengketa e-commerce* tersebut seperti BANI (Badan Arbitrase Nasional Indonesia), NAF, WIPO, SIAC dan sebagainya.

ASPEK HUKUM E-COMMERCE, NAMA DOMAIN DAN ARBITRASE

Perkembangan bisnis di era globalisasi telah bergeser yang semula dilakukan secara langsung bertatap muka antara para pelaku usaha atau antara pelaku usaha dengan konsumennya, saat ini kegiatan bisnis telah dilakukan secara virtual di dunia maya dan dikenal dengan *e-commerce*. Pada *E-Commerce*, pihak-pihak yang hendak melakukan transaksi bisnis tidak harus bertatap muka, namun dapat dilakukan dalam kondisi masing-masing pihak berada di tempat yang berbeda.

E-commerce secara umum telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE), yaitu dalam Pasal 1 angka (2) disebutkan bahwa Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Ada beberapa hal yang terkait dengan transaksi elektronik (*e-commerce*) ini antara lain dokumen elektronik sebagaimana termuat dalam Pasal 1 angka (4) UU ITE, yaitu setiap Informasi Elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima, atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya, yang dapat dilihat, ditampilkan, dan/atau didengar melalui Komputer atau Sistem Elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya. Dokumen elektronik ini merupakan alat bukti dalam pembuktian *e-commerce* sesuai Pasal 5 UU ITE. Pasal 5 ayat (1) dan (2) Undang-Undang ITE yang menyatakan bahwa informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah. Sementara itu, informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagaimana dimaksud pada ayat 1 di atas merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan hukum acara yang berlaku di Indonesia, dalam hal ini perluasan dari alat bukti tertulis/surat sebagaimana diatur dalam Pasal 1866 BW dan atau Pasal 164 HIR.

Mengenai alat-alat bukti dalam transaksi elektronik, *Michael Chissick* dan *Alistair Kelman* menyatakan ada 3 tipe pembuktian yang dibuat oleh komputer (*Michael Chissick dan Alistair, 2001*), yaitu :

1. *Real evidence* (bukti nyata) meliputi kalkulasi-kalkulasi atau analisa-analisa yang dibuat oleh

komputer itu sendiri melalui pengaplikasian *software* dan penerima informasi dari *device* lain seperti jam yang *built-in* langsung dalam komputer atau *remote sender*. Bukti nyata ini muncul dari berbagai kondisi. Jika sebuah komputer bank secara otomatis mengkalkulasikan (menghitung) nilai pembayaran pelanggan terhadap bank berdasarkan tarifnya, transaksi-transaksi yang terjadi dan *credit balance* yang dikliring secara harian, maka kalkulasi ini akan digunakan sebagai sebuah bukti nyata.

2. *Hearsay evidence* (bukti yang berupa kabar dari orang lain), termasuk pada *hearsay evidence* adalah dokumen-dokumen data yang diproduksi oleh komputer yang merupakan salinan dari informasi yang diberikan (*input*) oleh manusia kepada komputer. Cek yang ditulis dan slip pembayaran yang diambil dari sebuah rekening bank juga termasuk *hearsay evidence*.
3. *Derived evidence* adalah informasi yang mengkombinasikan antara bukti nyata (*real evidence*) dengan informasi yang diberikan manusia ke komputer dengan tujuan untuk membentuk sebuah data yang tergabung, contoh dari *derived evidence* adalah tabel dalam kolom-kolom harian sebuah *statement* bank karena table diperoleh dari *real evidence* dan *hearsay evidence*.

Transaksi *e-commerce*), merupakan bagian dari *electronic business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*), dapat dirumuskan definisinya berdasarkan terminology perniagaan secara elektronik (*e-commerce*). Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Selain yang telah disebutkan di atas, bahwa kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis (*e-commerce is apart of e-business*).

E-commerce adalah sistem perdagangan yang menggunakan mekanisme elektronik yang ada di jaringan internet. *E-commerce* merupakan warna baru dalam dunia perdagangan, yang mana kegiatan perdagangan tersebut dilakukan secara elektronik dan online.

E-commerce merupakan sebuah konsep yang belum terdefiniskan, artinya, *e-commerce* memiliki arti yang berbeda-beda bagi orang yang berbeda-beda pula, tergantung pada sudut pandang yang mereka pergunakan (*Julian Ding, 1999*). Setiap sudut pandang yang kita gunakan akan memberikan definisi yang berbeda-beda. Namun demikian, *Julian Ding* mendefinisikan *e-commerce* sebagai berikut :

"Electronic commerce, or e-commerce

as it is also known, is a commercial transaction between a vendor and a purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of "rights". This commercial transaction is executed or entered into in an electronic medium (digital medium) where the physical presence of the parties is not required, and the medium exist in a public network or system as opposed to a private network (closed system). The public network or system must be considered an open system (e.g. the internet or world wide web). The transactions are concluded regardless of national boundaries or local requirements"

Maksud dari definisi di atas bahwa perdagangan elektronik, atau *e-commerce* sebagaimana juga dikenal, adalah suatu transaksi komersial antara penjual dan pembeli atau para pihak dalam hubungannya sesuai kontrak untuk penyediaan barang, jasa atau hak-hak. Transaksi komersial ini dimasukkan ke dalam satu medium elektronik (medium digital) yang mana kehadiran secara fisik dari para pihak itu tidak diperlukan, dan medium ada di suatu jaringan atau sistem yang umum sebagai lawan suatu jaringan pribadi (sistem tertutup). Jaringan atau sistem publik yang harus dipertimbangkan sebagai satu sistem terbuka (eg. internet atau *world wide web*). Transaksi-transaksi itu disimpulkan dengan mengabaikan batasan-batasan nasional atau persyaratan-persyaratan lokal.

Kalakota dan Whinston mendefinisikan *e-commerce* dari berbagai sudut pandang yang berbeda (Kalakota dan Whinston, 1996), yaitu sebagai berikut :

1. Dari sudut pandang komunikasi

E-commerce didefinisikan sebagai pengiriman informasi, produk-produk atau jasa atau pembayaran yang dilakukan melalui saluran-saluran telepon, jaringan-jaringan komputer atau sarana-sarana elektronik lainnya;

2. Dari sudut pandang proses bisnis

E-commerce diartikan sebagai pengaplikasian teknologi untuk melakukan otomatisasi transaksi-transaksi bisnis atau alur kerja (*workflow*);

3. Dari sudut pandang pelayanan (*service*)

E-commerce diartikan sebagai saran yang memungkinkan perusahaan-perusahaan, konsumen dan manajemen perusahaan untuk menurunkan biaya-

biaya pelayanan di satu sisi dan untuk meningkatkan kualitas barang serta meningkatkan kecepatan pelayanan disisi yang lain;

4. Dari sudut pandang *online*

E-commerce diartikan sebagai sarana yang memungkinkan dilakukannya penjualan dan pembelian produk dan informasi melalui internet dan layanan-layanan *online* lainnya.

Sementara itu, Wigand memberikan definisi *e-commerce* yang bersifat umum , yaitu :

"Suatu bentuk pengaplikasian teknologi komunikasi dan informasi dimana didalamnya mulai dari titik awal hingga titik akhir mata rantai proses bisnis dilaksanakan secara elektronik dan dirancang untuk memungkinkan tercapainya suatu tujuan bisnis tertentu. Proses-proses yang dilaksanakan secara elektronik tersebut bisa seluruhnya atau bisa juga sebagian saja, dan dapat mencakup transaksi-transaksi antara perusahaan dengan perusahaan, perusahaan dengan konsumennya atau antara konsumen dengan perusahaan".

Definisi *e-commerce* yang lain dapat ditemukan di dalam *web site* Uni Eropa, yaitu sebagai berikut:

"*E-commerce* merupakan sebuah konsep umum yang mencakup keseluruhan bentuk transaksi bisnis atau pertukaran informasi yang dilaksanakan dengan menggunakan atau memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, yang terjadi antara perusahaan dengan konsumennya, atau antara perusahaan dengan lembaga-lembaga administrasi publik. *Electronic commerce* atau *e-commerce* ini juga mencakup perdagangan barang-barang dan jasa-jasa serta pertukaran materi-materi elektronik yang dilaksanakan secara elektronik".

Viswanathan berpandangan bahwa definisi yang pasti untuk menjelaskan arti istilah *e-commerce* sampai saat ini memang masih belum ditemukan dan masih menjadi bahan perdebatan para ahli. Namun, secara garis besar *e-commerce* dapat diartikan sebagai keseluruhan bentuk aktifitas komersial yang terjadi dalam media *cyber* (*cyberspace*) (Suresh T Viswanathan, 2001). Sementara itu, Turban dan Lee mendefinisikan *e-commerce* dalam arti sempit, yaitu sebagai proses menjual dan membeli atau mempertukarkan produk-produk, jasa-jasa dan

informasi melalui jaringan-jaringan komputer, termasuk internet (Efraim Turban, Jae Lee, dkk, 2000).

Zwass mengatakan bahwa sesungguhnya *e-commerce* tidak hanya terbatas pada jual beli barang-barang namun juga mencakup berbagai macam proses yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan yang dimaksudkan untuk mendukung atau menunjang tujuan jual beli barang tersebut. Hampir sama dengan Zwass, Choi, mendefinisikan *e-commerce* lebih dari sekedar saluran alternatif untuk memasarkan atau menjual produk-produk dan jasa-jasa secara *online* (elektronik). Menurut mereka, *e-commerce* telah menjadi suatu pasar elektronik yang memungkinkan para penjual untuk berinovasi dan untuk melaksanakan keseluruhan proses bisnis mereka (mulai dari proses produksi hingga pelayanan konsumen) secara elektronik dan memungkinkan dilakukannya pengintegrasian proses-proses bisnis tersebut menjadi suatu kesatuan dimana informasi tentang pilihan dan harga produk, misalnya dapat selalu diperbaharui dalam riil (*real time basis*) berdasarkan informasi-informasi yang diberikan oleh konsumen.

Transaksi *e-commerce* melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung (Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, 2005), diantaranya:

1. Penjual (*merchant*)
2. Konsumen atau *card holder*.
3. Bank
4. Provider
5. *Certification Authorities*

Rayport dan Jaworski berpendapat bahwa ada 4 (empat) kategori aplikasi *e-commerce* (Jeffrey F. Rayport dan Bernard J. Jaworski, 2001), yaitu :

1. *Business to Business* (perusahaan ke perusahaan)
Aplikasi *e-commerce Business to Business* merujuk pada spektrum penuh *e-commerce* yang terjadi antara dua perusahaan. *E-commerce Business to Business* ini meliputi aktifitas-aktifitas seperti pembeli dan penjual, *supplier management*, *inventory management*, *channel management*, *payment management*, serta *service dan suport*, *e-commerce Business to Business* ini antara lain dipelopori oleh Chemdex (www.chemdex.com), FastParts (www.fastparts.com) dan FreeMarkets (www.freemarkets.com).
2. *Business to Consumer* (perusahaan ke konsumen)
E-commerce Business to Consumer merujuk pada pertukaran yang terjadi antara perusahaan dengan konsumen. Pelopor-pelopor kategori *e-*

commerce business to consumer ini antara lain adalah *Amazon.com*, *Yahoo.com* dan *Schwab.com*. Transaksi-transaksi yang sama seperti yang terjadi dalam konteks *e-commerce Business to Consumer* juga terjadi dalam *e-commerce business to consumer* ini. Transaksi-transaksi tersebut antara lain meliputi: aktifitas penjualan, pencarian konsumen serta pelayanan dan dukungan (*service and support*) bagi para konsumen.

3. *Consumer to Consumer* (konsumen ke konsumen)
Pertukaran *Consumer to Consumer* ini mencakup transaksi-transaksi yang terjadi antara dan diantara konsumen dengan konsumen. Pertukaran tersebut bisa melibatkan atau tidak melibatkan pihak ketiga, seperti yang terjadi dalam pertukaran lelang melalui situs eBay.
4. *Consumer to business* (konsumen ke perusahaan)
Dalam hubungan *consumer to business* ini konsumen-konsumen dapat mengikat diri bersama-sama untuk membentuk dan menjadikan diri mereka sebagai kelompok pembeli untuk suatu perusahaan. Dalam melakukan aktifitas-aktifitasnya tersebut para konsumen itu bisa didorong oleh orientasi ekonomi atau oleh orientasi sosial.

Di sisi lain, Turban dan Lee lebih menekankan pada pengelompokan aplikasi *e-commerce* berdasarkan sifat transaksi yang terjadi diantara para pihak. Berdasarkan sistem klasifikasi tersebut dikenal beberapa jenis aplikasi *e-commerce* sebagai berikut :

1. *Business to Business* (perusahaan ke perusahaan)
Sebagian besar transaksi *e-commerce* yang terjadi pada dewasa ini termasuk dalam kategori *Business to Business*. Kategori *Business to Business* ini antara lain mencakup transaksi-transaksi IOS (*Inter Organizational System*) yaitu untuk memperkuat hubungan-hubungan yang sudah ada antara mitra-mitra dagang (hubungan yang diperkuat oleh teknologi) sebagaimana telah diuraikan diatas dan transaksi pasar elektronik antar organisasi atau perusahaan.
2. *Business to Consumer* (perusahaan ke konsumen)
Pada transaksi *e-commerce* jenis ini terjadi transaksi-transaksi penjualan *retail* (eceran) antara penjual dan konsumen.
3. *Consumer to Consumer* (konsumen ke konsumen)
Dalam transaksi *e-commerce* ini, konsumen

menjual secara langsung kepada sejumlah konsumen yang lain. Contohnya adalah seseorang yang menawarkan penjualan rumah, mobil dan sebagainya melalui iklan.

4. *Consumer to business* (konsumen ke perusahaan)

Kategori ini antara lain mencakup individu-individu yang menjual produk-produk atau jasa-jasa kepada perusahaan; termasuk juga individu-individu yang mencari penjual, berinteraksi dengannya dan melakukan transaksi dengannya.

5. *E-Commerce Non Bisnis*

Dewasa ini semakin banyak lembaga-lembaga non bisnis (misalnya, lembaga pendidikan), organisasi-organisasi non profit, organisasi-organisasi keagamaan, organisasi-organisasi sosial dan badan-badan pemerintah yang memanfaatkan berbagai jenis *e-commerce* untuk memotong pengeluaran mereka atau memperbaiki operasi mereka atau meningkatkan pelayanan kepada konsumen

6. *E-Commerce Intra Perusahaan* (intra organisasi)

Kategori ini mencakup keseluruhan aktifitas internal organisasi yang biasa dilakukan melalui jaringan-jaringan internet dan biasa mencakup aktifitas-aktifitas pertukaran barang, jasa atau informasi.

Pada praktiknya, nama domain menjadi salah satu hal yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce*. *Domain Name System* (DNS) merupakan salah satu fitur yang paling penting dari Internet yang dikelola oleh *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* (ICANN). Seringkali nama domain itu merupakan merek terkenal atau orang terkenal, dengan demikian hal ini berkaitan dengan ketentuan merek juga, walaupun nama domain itu bukanlah sebuah merek.

Nama domain adalah sebuah nama unik yang mewakili identitas seseorang, organisasi atau perusahaan di internet. Pada umumnya nama domain sering dijadikan sebagai alamat e-mail atau website seseorang, organisasi atau perusahaan tertentu. Pengertian nama domain atau biasa disebut dengan *domain name* atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah website, atau dengan kata lain *domain name* adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah website pada dunia internet, seperti : sa-triawebhost.com, rattanland.com, dan sebagainya. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 20 Undang-Undang ITE, Nama Domain adalah alamat internet penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat, yang dapat digunakan dalam berkomunikasi melalui internet, yang berupa kode atau susunan karakter yang bersifat unik untuk menun-

jukkan lokasi tertentu dalam internet.

Permasalahan sering muncul dalam *e-commerce*, termasuk halnya dengan penggunaan nama domain dalam *e-commerce* yang akhirnya menimbulkan sengketa. Penyelesaian sengketa ini dapat dilakukan secara litigasi (melalui lembaga peradilan umum) ataupun non litigasi (melalui mekanisme alternatif penyelesaian sengketa). Pasal 38 UU ITE menyatakan bahwa setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian, melalui mekanisme gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi tersebut yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Selanjutnya, Pasal 39 ayat (2) UU ITE menyebutkan bahwa selain penyelesaian gugatan perdata sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Ketentuan termaksud berlaku pula terhadap penyelesaian sengketa kepemilikan nama domain yang melibatkan warga negara Indonesia.

Pilihan untuk menyelesaikan sengketa kepemilikan nama domain di luar pengadilan dalam hal ini arbitrase, sebagai cara penyelesaian sengketa di luar pengadilan (non litigasi) yang bersifat adjudikasi ini merupakan salah satu pilihan masyarakat dengan pertimbangan bahwa waktu dapat lebih singkat yakni paling lama 180 hari sejak terbentuknya majelis arbiter, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 48 ayat (1) UU Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (selanjutnya disebut UU Arbitrase), perkara yang diajukan ditangani oleh arbiter yang memang memiliki keahlian dan kompetensi dalam bidang usaha yang menjadi pokok permasalahan dalam perkara tersebut.

Arbitrase dapat dilakukan baik secara langsung di dunia nyata ataupun secara elektronik (arbitrase *online*), terlebih lagi saat ini di Indonesia telah berlaku Undang-Undang ITE yang di dalamnya mengatur pula mengenai transaksi elektronik. Ada berbagai lembaga arbitrase baik di Indonesia yaitu BANI (Badan Arbitrase Nasional Indonesia) maupun lembaga arbitrase internasional seperti ICSID, SIAC, NAF atau WIPO (lembaga arbitrase dalam sengketa nama domain). Sengketa yang terjadi sering terjadi di antara pihak-pihak yang jauh keberadaannya dalam dunia nyata, sehingga arbitrase dilakukan secara online. Selain itu, pihak-pihak yang bersengketa dalam *e-commerce* tersebut terkadang berbeda kewarganegaraan, sehingga saat sengketa itu

diselesaikan melalui arbitrase baik di dunia nyata ataupun secara virtual, maka putusannya menjadi putusan arbitrase asing bagi salah satu pihak.

PELAKSANAAN PUTUSAN ARBITRASE ASING DI INDONESIA

Ketentuan hukum yang mengatur tentang arbitrase asing termuat dalam UU Arbitrase, antara lain dalam Pasal 65-69, yang disebut sebagai arbitrase internasional. Pihak yang berwenang menangani masalah pengakuan dan pelaksanaan Putusan Arbitrase Internasional adalah Pengadilan Negeri Jakarta Pusat. Putusan Arbitrase Internasional hanya diakui serta dapat dilaksanakan di wilayah hukum Republik Indonesia, apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Putusan Arbitrase Internasional dijatuhkan oleh arbiter atau majelis arbitrase di suatu negara yang dengan negara Indonesia terikat pada perjanjian, baik secara bilateral maupun multilateral, mengenai pengakuan dan pelaksanaan Putusan Arbitrase Internasional.
2. Putusan Arbitrase Internasional di atas terbatas pada putusan yang menurut ketentuan hukum Indonesia termasuk dalam ruang lingkup hukum perdagangan.
3. Putusan Arbitrase Internasional hanya dapat dilaksanakan di Indonesia terbatas pada putusan yang tidak bertentangan dengan ketertiban umum.
4. Putusan Arbitrase Internasional dapat dilaksanakan di Indonesia setelah memperoleh eksekutor dari Ketua Pengadilan Negeri Jakarta Pusat
5. Putusan Arbitrase Internasional yang menyangkut Negara Republik Indonesia sebagai salah satu pihak dalam sengketa, hanya dapat dilaksanakan setelah memperoleh eksekutor dari Mahkamah Agung Republik Indonesia yang selanjutnya dilimpahkan kepada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat.

Permohonan pelaksanaan Putusan Arbitrase Internasional dilakukan setelah putusan tersebut diserahkan dan didaftarkan oleh arbiter atau kuasanya kepada Panitera Pengadilan Negeri Jakarta Pusat. Berdasarkan Pasal 68 UU Arbitrase, terhadap Putusan Ketua Pengadilan Negeri Jakarta Pusat yang mengakui dan melaksanakan Putusan Arbitrase Internasional, tidak dapat diajukan banding atau kasasi, sedangkan terhadap putusan Ketua Pengadilan Negeri Jakarta Pusat yang menolak untuk mengakui dan melaksanakan suatu Putusan Arbitrase Internasional, dapat diajukan kasasi, dalam hal ini Mahkamah Agung mempertimbangkan serta memutuskan setiap pengajuan kasasi termaksud, dalam jangka waktu paling lama 90 (sembilan

puluh) hari setelah permohonan kasasi tersebut diterima oleh Mahkamah Agung dan terhadap putusan Mahkamah Agung ini tidak dapat diajukan upaya perlawanan. Setelah Ketua Pengadilan Jakarta Pusat memberikan perintah eksekusi, maka pelaksanaan selanjutnya dilimpahkan kepada Ketua Pengadilan Negeri yang secara relatif berwenang melaksanakannya.

Sementara itu, ada putusan arbitrase asing yang dilakukan secara *online* dilaksanakan tanpa harus mengikuti prosedur sebagaimana disebutkan di atas, yakni dalam sengketa nama domain yang dalam praktiknya banyak diselesaikan secara arbitrase online oleh WIPO (*World Intellectual Property Organization*) sebagai *Arbitration Provider*, dalam hal ini putusan WIPO yang merupakan putusan arbitrase asing dilaksanakan secara langsung melalui system elektronik tanpa harus mendapatkan eksekutor Mahkamah Agung sebagaimana diatur dalam UU Arbitrase. Hal ini merupakan sebuah terobosan sebagai konsekuensi adanya perkembangan teknologi informasi yang teraplikasi dalam aktivitas manusia yang serba menggunakan kemajuan teknologi informasi tersebut. Dengan demikian, walaupun pelaksanaan putusan arbitrase asing seperti ini belum diatur dalam peraturan di Indonesia, namun ketentuan termaksud menjadi suatu hal yang mengikat pada para pihak saat melakukan aktivitas di dunia maya, khususnya terkait dengan nama domain.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hukum yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penyelesaian sengketa *e-commerce* (termasuk sengketa nama domain) melalui arbitrase *online* merupakan pilihan yang tepat agar efektif dan efisien terkait dengan aktivitas sebuah *e-commerce*. Putusan arbitrase online dalam penyelesaian sengketa *e-commerce* sering merupakan sebuah putusan arbitrase asing yang disebut sebagai putusan arbitrase internasional dalam UU Arbitrase
2. Pelaksanaan putusan arbitrase internasional/ arbitrase asing di Indonesia harus mendapatkan eksekutor dari Mahkamah Agung yang kemudian dilimpahkan kepada Pengadilan Negeri Jakarta Pusat. Namun demikian ada putusan arbitrase asing yang dilakukan secara *online* dilaksanakan tanpa harus mendapatkan eksekutor, yaitu putusan WIPO dalam sengketa nama domain, dan hal ini merupakan sebuah terobosan hukum yang mengikat para pihak yang terkait dengan sengketa seperti sengketa nama domain tersebut.

DAFTAR PUSTAKA**1. Buku**

- Agus Raharjo. 2002. *Cyber Crime Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Ahmad M Ramli. 2004. *Cyberlaw dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Bandung : Refika Aditama.
- Al Wisnubroto. 1999. *Kebijakan Hukum Pidana dalam Penanggulangan Penyalahgunaan Komputer*, Yogyakarta : Universitas Widyatama.
- Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom. *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*. PT Refika Aditama. Bandung. 2005.
- Efraim Turban, Jae Lee, et all, *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*, Prentice Hall, Inc, New Jersey, 2000.
- Jeffrey F. Rayport dan Bernard J. Jaworski, *E-commerce*, McGraw-Hill/Irwin, Singapura. 1999.
- I Wayan Parthiana. 2000. *Hukum Pidana Internasional*, Yrama Widia, Bandung
- Jan Smith. 1991. *Komputer : Suatu Tantangan Baru di Bidang Hukum*, Airlangga University Press, Surabaya.
- Julian Ding, *E-commerce Law And Practice*, Sweet And Maxwell Asia, Selangor, Malaysia, 1999.
- Kalakota Dan Whinston, *Frontiers Of Electronic Commerce*, Addison-Wesley Publilshing Company, Inc, Massachusetts, 1996.

Michael Chissick dan Akistair Kelman, *Eletronic Commerce Law Practice* sebagaimana dikutip dari M. Arsyad Sanusi, *E-commerce: Hukum dan Solusinya*, PT. Mizan Grafika Sarana, Bandung, 2001.

Riduan Syahrani. *Seluk-Beluk Dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Alumni, Bandung, 1992

Soon Yong Choi, et.all. *The Economic Of Electronic Commerce*. Macmillan Technical Publishing. Indianapolis. 1997.

Timothy D.Casey. 2006. *Domain Name Hijacking and Anty-Cybersquatting Policies*, Prociding of IDRC Domain Name Dispute Resolution Seminar, 22 September.

Viswanathan, Suresh T, *The Inldian Cyber Laws*, Bharat Law House, New Delhi, 2001.

Yee Fen Lim. 2006. *Cyberspace Law, Commentaries and Materials*, Oxford University Press, Victoria.

2. Jurnal

R.T. Wigand, *Electronic Commerce: Definition, Theory and Context*, Dalam Jurnal *The Information Society*, Vol 13, No 1

3. Internet

Anette Kurr, *The Domain Name vs Trademark Dilema*, <http://www.intellecprop.mpg.de>

Michael Handler, *Internet Domain Names and Trademark Law*, <http://www.law.murdoch.edu.au>

